



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, [WhatsApp](#), [Telegram](#)

1. Укажите, какой из следующих этапов является первым в процессе разработки бренда.
2. Укажите, почему важно выбирать узкую целевую аудиторию на начальном этапе.
3. Укажите, что включает в себя впечатление от бренда.
4. Укажите, как часто рекомендуется обновлять продукцию для соответствия требованиям клиентов.
5. Укажите, что такое позиционирование бренда.
6. Укажите, какова одна из основных целей стратегического управления брендом.
7. Укажите, что означает формулировка «брендинговая премия».
8. Укажите, какой из следующих пунктов не является значением капитала бренда для компании.
9. Укажите, какое из следующих утверждений верно относительно управления рисками в контексте стратегического планирования бренда.
10. Укажите, что из перечисленного является преимуществом брендов с сильным капиталом.
11. Укажите, какое из следующих утверждений верно относительно влияния брендов на ликвидность фирмы.
12. Укажите, что подразумевает управление капиталом бренда.
13. Укажите, что является одним из средств оценки управления брендом.
14. Укажите, какой термин описывает восприятие бренда в текущий момент.
15. Укажите значения термина «позиция бренда» по Д. Аакеру.
16. Укажите, что входит в парадигму капитала бренда как набора ассоциаций потребителя в отношении бренда:
17. Укажите, что входит в парадигму капитала бренда в денежном выражении:
18. Укажите, какой из следующих принципов лояльности подразумевает осведомленность о бренде.
19. Укажите, что может быть примером предоставления ресурсов, обладающих ценностью для клиента.
20. Укажите, какой принцип лояльности подчеркивает важность соблюдения собственных принципов компании.

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com

<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>
готовые ответы магазин
<https://sinerqy.com/list/>

<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>
<https://sinerqy.com/konsultaciya/>



ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
на нас в Телеграм



Подписчикам СКИДКИ! Телеграмм канал — t.me/sinerqy
Магазин готовых ответов на тесты купить в магазине по ссылке: sinerqy.com/list/
Нужна помощь с тестами, практикой? Пиши: sinerqy@yandex.ru, WhatsApp, Telegram

21. Укажите, какое из следующих действий не способствует повышению лояльности потребителей.
22. Укажите, что из перечисленного может вызвать когнитивную реакцию лояльного потребителя.
23. Укажите, какое из следующих утверждений соответствует принципу экономии ресурсов.
24. Укажите, какой из факторов может повысить лояльность молодых родителей.
25. Укажите, какой из следующих аспектов не относится к принципам лояльности.
26. Укажите, какое действие может продемонстрировать доброе отношение компании к клиенту.
27. Укажите, какой из следующих способов не относится к повышению лояльности клиентов.
28. Укажите, какой метод используется для создания специального предложения для постоянных клиентов.
29. Укажите, какой из методов не является частью контент-маркетинга.
30. Укажите, какой из перечисленных способов помогает собрать мнение клиентов о компании.
31. Укажите, какой метод не относится к повышению лояльности клиентов.
32. Укажите, какой метод оценки лояльности сотрудников включает в себя использование шкалы.
33. Укажите, какой метод не используется для оценки лояльности сотрудников.
34. Укажите, какой метод оценки лояльности сотрудников основан на использовании открытых вопросов.
35. Укажите, какой из методов позволяет измерить уровень вовлеченности сотрудников в компанию.
36. Укажите, какую роль играет эмоциональная связь бренда с клиентом по В.Л. Музыканту.
37. Укажите, какой аспект брендинга В.Л. Музыкант считает наиболее важным для создания долгосрочных отношений с клиентами.
38. Укажите, какое из следующих утверждений наиболее точно описывает процесс формирования имиджа бренда по В.Л. Музыканту.
39. Укажите, что влияет на причины выбора покупателем того или иного бренда согласно концепции Дж. Траута.
40. Укажите, какое из следующих утверждений о "колесе контактов" и метриках эффективности брендинга является верным.

Самый быстрый способ связи - мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max



sinerqy@yandex.ru



sinerqy.com